

b.trust

Advisory Group

**Brand
Guidelines**



trust

Table Of Content

2.0 Logo

2.1 Logo Construction	5
2.2 Minimum Clear Space	6
2.3 Graphic Element	7
2.4 Logo Usage	8

4.0 Typography

4.1 Typeface	11
4.2 Typography	12

1.0 Introduction

1.1 Introduction	1
1.2 Design Overview	2
1.3 Brand Value	3
1.4 Logo Philosophy	4

3.0 Colors

3.1 Color Palette	9
3.2 Color Variation	10

5.0 Do's & Don't

5.1 Logo Do's & Don't

13

6.0 Visual Application

7.0 Brand Equity

1.0
INTRODUCTION



1.0 Introduction

Demi memproduksi materi komunikasi efektif untuk **b_trust** yang terlihat dan terkesan konsisten, kami telah menciptakan buku panduan ini untuk membantu anda memahaminya.

Buku panduan ini bertujuan untuk memastikan semua hal yang disampaikan kepada audiens dapat dimaknai sebagai satu kesatuan bahasa brand yang padu dan absolut.

Mendalami buku ini lebih jauh, anda akan menemukan komponen sistem visual yang akan membantu dalam membangun citra brand melalui desain dan tone of voice yang memperhatikan inti esensial dari brand.

Apabila terdapat pertanyaan lebih lanjut terkait pembangunan dan pemahaman corporate identity **b_trust**, berikut kontak yang dapat anda hubungi untuk informasi lebih lanjut:

verte studio
vertestudio@gmail.com

1.1 Design Overview

Brand Logo



Brand Secondary Logomark



Brand Colors



Typeface

Proxima Nova
Light

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmn
1234567890
!@#\$%^&

Proxima Nova
Regular

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmn
1234567890
!@#\$%^&

Proxima Nova
Semi Bold

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmn
1234567890
!@#\$%^&

Proxima Nova
Bold

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmn
1234567890
!@#\$%^&



Konsep identitas organisasi **b_trust** berorientasi pada nilai-nilai yang kami yakini mampu merepresentasikan organisasi di hadapan audiens dan juga calon donatur serta partner.

Antara berbagai pilihan warna, desain dan komponen desain, nilai-nilai tersebut berperan sekaligus direproduksi dalam sistem visual yang dapat dipahami dan dikenali oleh audiens dengan mudah.

PROFESIONAL

EMPATHY

INNOVATIVE

MODERN

Principals

1.3 Logo Philosophy

Simbol *dash* atau *underscore* pada logo melambangkan **b_trust** sebagai organisasi yang menghubungkan antara persepsi masyarakat terhadap pemerintahan dan tujuan serta maksud pemerintah dalam terus mengembangkan pelayanan publik yang baik.

Bentuk *bubble chat* pada negative space huruf **b** melambangkan **b_trust** sebagai organisasi yang dapat berdialog, berinteraksi dengan baik kepada audiens dan juga *innovative* serta tetap memiliki nilai idealisme.



Bentuk geometris pada bagian luar *logotype* terinspirasi dari stilasi *header* sebuah kertas yang terlipat, dimana bentuk tersebut melambangkan **b_trust** sebagai organisasi yang memiliki *empathy*, pengalaman dalam hal *research*, pengembangan dan kapabilitas untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Advisory Group

b_trust merupakan organisasi *non-profit / Non-Governmental* yang mengutamakan profesionalitas, Inovasi, partisipasi dan nilai idealisme.

Sehingga Komunikasi visual melalui sebuah logo yang disampaikan berupa *wordmark* yang mewakili brand value yaitu kesan profesional, *empathy*, *Innovative* dan Modern.

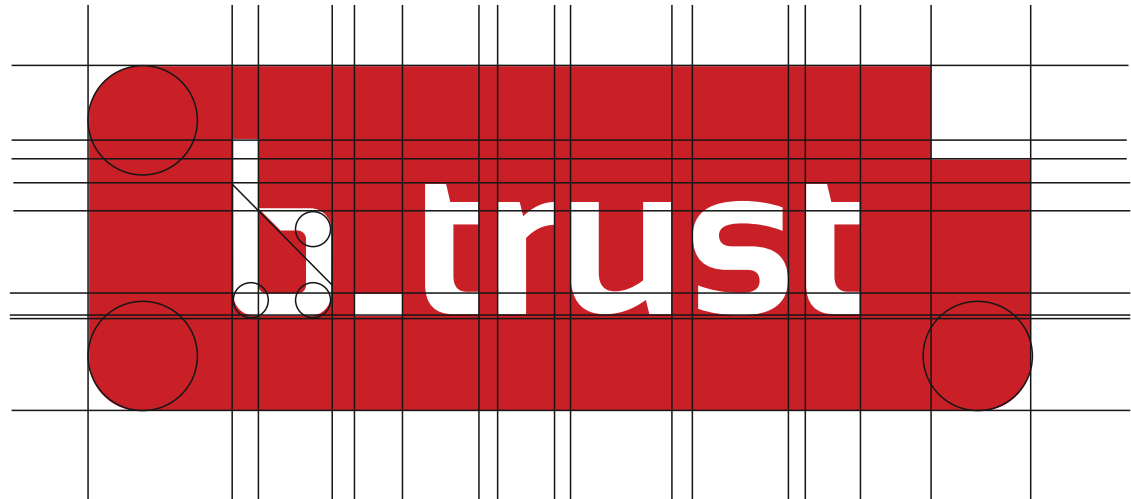
Elemen-elemen grafis yang terdapat pada wordmark serta warna yang dipilih merupakan visualisasi dari profesionalitas, nilai perusahaan dan kapabilitas organisasi **b_trust** dalam menjembatani serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, kepercayaan masyarakat terhadap institusi politik dan lain sebagainya.

2.0
LOGO



20

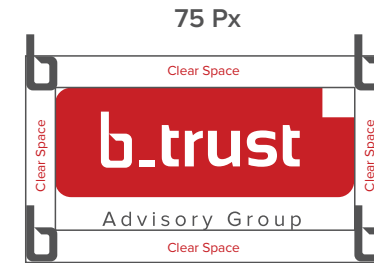
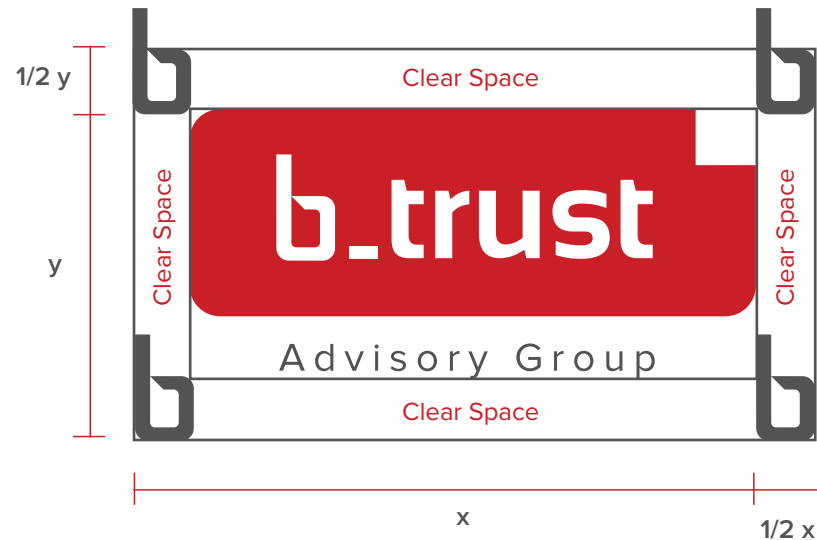
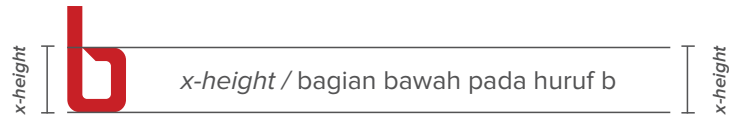
2.1 Logo Construction



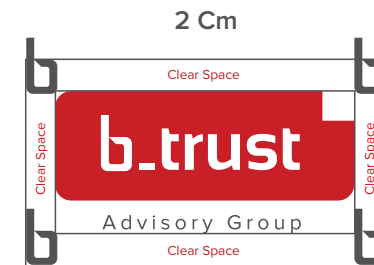
Landasan identitas visual **b_trust** terdapat pada *wordmark* yang terinspirasi dari *brand values* serta identitas organisasi dan visi yang dituju.

Pengaplikasian *wordmark* **b_trust** dapat ditampilkan secara bersama dan juga dapat ditampilkan secara terpisah dengan *secondary logomark*.

Minimum Clear Space 2.2



Minimum Display Size

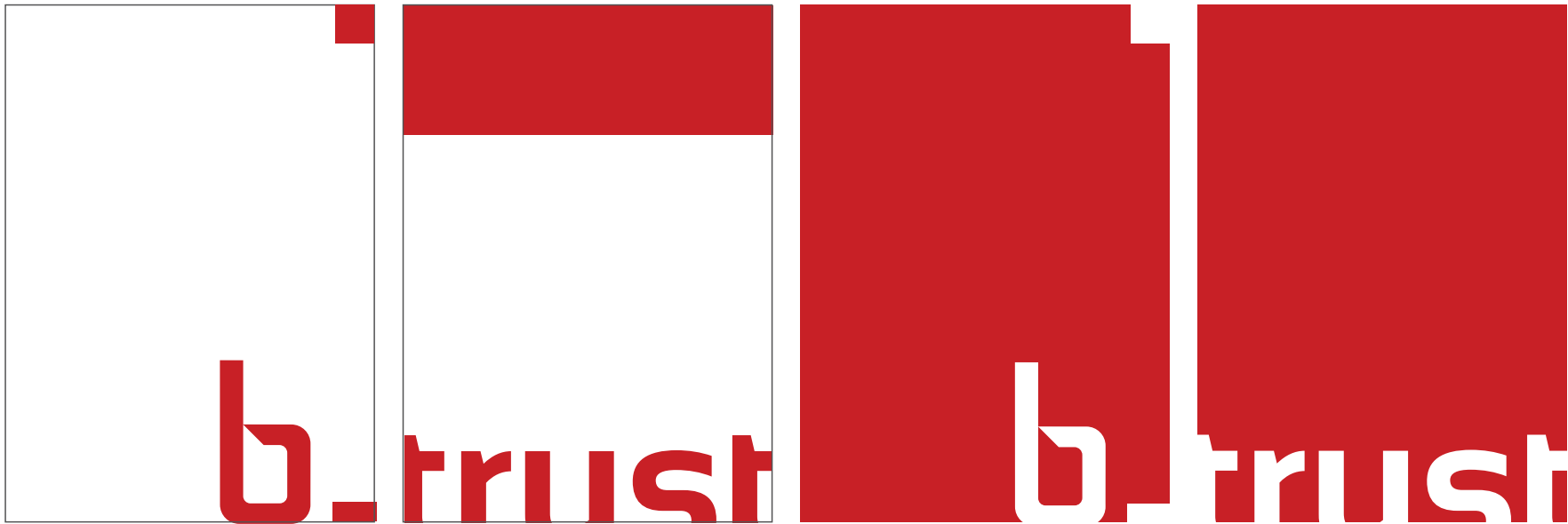


Minimum Print Size

Demi menjaga integritas dari logomark **b_trust**, jarak area minimum di sekeliling logo harus diterapkan secara konsisten, agar identitas selalu terlihat dan terbaca dengan jelas. Area minimum yang dibutuhkan adalah sebesar *x-height* pada huruf b.



2.3 Graphic Element



Elemen grafis yang merupakan pengembangan dari logo bertujuan untuk menonjolkan identitas visual brand dan dapat dipergunakan dalam melengkapi kebutuhan komunikasi di berbagai media.

✓ Brand Wordmark



Advisory Group

✓ Secondary Logomark



Untuk menjaga konsistensi dalam komunikasi brand, berikut merupakan penempatan serta penggunaan komposisi Logo yang dianjurkan menyesuaikan dengan media yang digunakan.

Wordmark utama dan *Secondary Logomark* dapat ditampilkan secara bersamaan maupun secara terpisah seperti contoh diatas.

3.0
COLORS



30

3.1 Color Palette

Hex : c72127	Crimson Red
C : 15% M : 100% Y : 100% K : 5%	
Hex : 535454	Iron Grey
C : 64% M : 57% Y : 55% K : 32%	

Hex :
ffffff

C : 0%
M : 0%
Y : 0%
K : 0%

Extra White

Palet warna **b_trust** diturunkan dari nilai Profesional, *Innovative* dan modern sesuai dengan brand value.

Crimson red digunakan sebagai warna utama selain *super white*, penggunaan warna *iron grey* tidak untuk digunakan sebagai warna pada element grafis, warna *grey* digunakan hanya pada teks.

Saat mengaplikasikan teks ke dalam gambar atau foto, gunakanlah warna logo yang kontras terhadap latar belakang demi keterbacaan yang maksimal.



3.2 Color Variation

Variasi warna untuk pengaplikasian Logo **b_trust** yaitu dengan kombinasi *Crimson Red* dan *Extra White* sebagai warna utama.

Sedangkan variasi lain untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi media pada saat pengaplikasian dapat menggunakan warna *Positive* dan *Negative* pada Logo.

Untuk konfigurasi warna logo *Positive* dan *Negative* dapat digunakan menyesuaikan dengan kebutuhan media dan promosi yang digunakan, dapat juga diaplikasikan diatas foto.

Mohon tidak menggunakan konfigurasi warna diluar ketentuan yang terdapat di brand guidelines.

Primary Color



Secondary Color



Positive Color



Negative Color



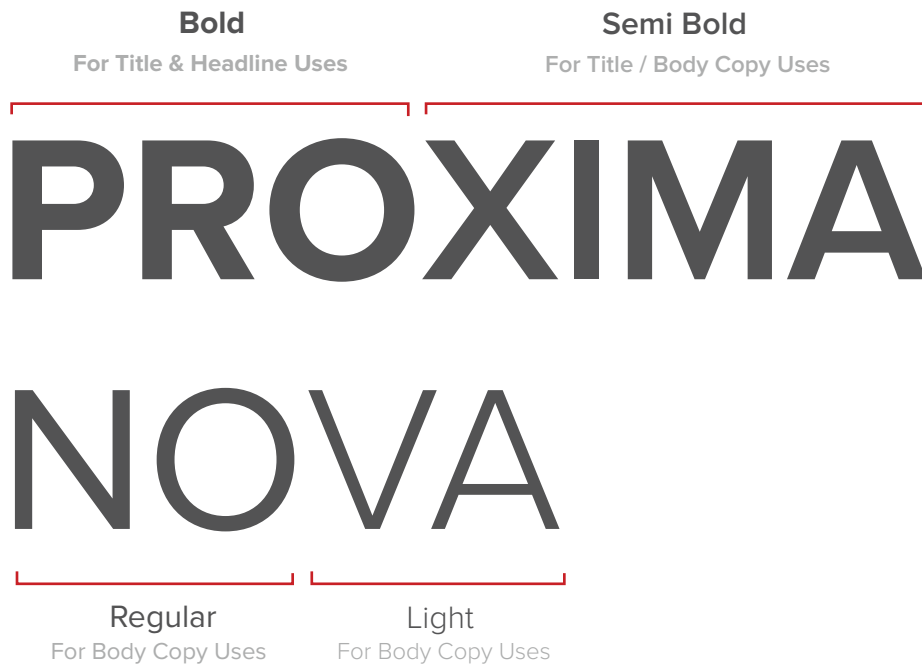
4.0

TYPOGRAPHY



40

4.1 Typeface



Jenis huruf primer dan pendukung Brand identity **b_trust** adalah Proxima Nova berbobot Light, Regular, SemiBold dan Bold.

Berikut merupakan ketentuan penggunaan masing-masing bobot huruf. Sangat dianjurkan untuk menggunakan typeface ini, untuk body copy, typeface dapat menggunakan font lain menyesuaikan campaign, selama tidak melenceng jauh dari konsep brand value **b_trust**.

Diperbolehlakan menggunakan font standard seperti Arial untuk penggunaan body text yang mengharuskan penggunaan font yang lebih formal.

Typography 4.2

Instagram (Square) 1080 px



Penggunaan *typeface* dengan bobot dan ukuran yang berbeda memungkinkan brand menciptakan hierarki teks untuk membangun komunikasi yang lebih jelas, kuat dan menarik seperti pada contoh layout instagram disamping, penggunaan bobot dan ukuran font berlaku untuk media cetak dan media digital.

Aplikasi logo **b_trust** dapat digunakan dalam media promosi untuk membangun komunikasi perusahaan yang konsisten.

Proxima Nova
Bold 36pt

Proxima Nova
Regular 21pt

5.0

DO'S & DON'T



50

Logo Do's & Don't 5.1

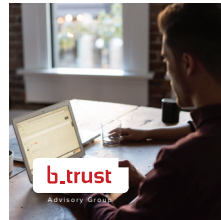
Do ✓



Do ✓



Do ✓



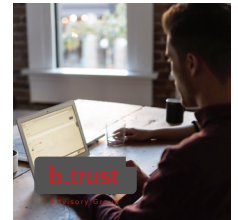
Don't ✗



Don't ✗



Don't ✗



Do ✓



Do ✓



Do ✓



Don't ✗



Don't ✗



Don't ✗



Memperhatikan pemilihan warna logo dan elemen grafis serta kekontrasan logo terhadap *background* yang telah ditentukan dalam guidelines.

Pengaplikasian Logo **b_trust** terhadap komposisi elemen grafis yang telah ditentukan serta penggunaan warna ketika logo *overlap* dengan image.

Mohon tidak menggunakan komposisi elemen grafis dan warna diluar yang telah di tentukan dalam *Guidelines*.